

## **Pengaruh Bauran Pemasaran 4P Terhadap Keputusan Pembelian Mini 4WD Merek Tamiya di Semarang**

**DIMAS WEGA SAMARTA**

(Pembimbing : Guruh Taufan Hariyadi, SE, M.Kom)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201102141@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan konsumen untuk melakukan pemenuhan hasrat atau kebutuhan mereka. Hal ini mempengaruhi perusahaan dalam menarik konsumen sehingga perusahaan mereka menjadi pilihan dalam melakukan keputusan pembelian. Strategi marketing mix atau bauran pemasaran terdiri dari 4 (empat) aspek : product, price, place, promotion. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah apakah variabel product, price, place, promotion dari elemen bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian tamiya mini 4wd di Semarang? Tujuan penelitian ini untuk Menganalisis pengaruh variabel product, price, place, promotion dari elemen bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian tamiya mini 4wd di Semarang. Populasi dalam penelitian ialah masyarakat di Kota Semarang dan masyarakat yang telah menggunakan dan pernah membeli produk Tamiya Mini 4wd. Peneliti menentukan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : Product, Price, Place, Promotion, terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci : Produk, Harga, Tempat, Promosi

## **The Effect of 4P Marketing Mix on Purchasing Decision of Tamiya Mini 4WD in Semarang**

**DIMAS WEGA SAMARTA**

(Lecturer : Guruh Taufan Hariyadi, SE, M.Kom)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy & Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201102141@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

The purchasing decision is a consumers behavior to fulfill their eagerness or necessity. This condition influences the company in attracting the consumer, so that the company becomes the choice in doing purchasing decision. A marketing mix strategy consist of four aspects: product, price, place, promotion. The problem formulation of this study is whether product, price, place, promotion variable from marketing mix affecting toward purchasing decision of Tamiya Mini 4WD in Semarang? The purpose of this study is to analyze the effect of product, price, place, promotion variable from element of marketing mix toward purchasing decision of Tamiya Mini 4WD in Semarang. The population of the study is the society in Semarang city and have ever used and purchased Tamiya Mini 4WD products. The researcher determine the samples as many as 100 people. The analysis methods that used in this study are qualitative and quantitative analysis. The result of this study show that: product, price, place, promotion are positively and significantly effect on purchasing decision.

**Keyword** : Product, Price, Place, Promotion